

Fotos: Arquivo pessoal



Quando a peça finalmente dá certo, ela tem uma alma que o processo industrial nunca vai ter"

Andreia Akemi, ceramista e artista plástica

"A guitarra virou meu videogame. Meus amigos jogavam Mega Drive, Super Nintendo, e hoje têm PlayStation. Eu nunca tive relação com isso. Minha vida sempre foi a guitarra. Ela foi meu escape emocional e minha validação social", conta Rodrigo. Durante anos, sua rotina envolveu de seis a oito horas diárias de dedicação obstinada ao instrumento, movida pelo encantamento da descoberta e, depois, pelo desejo de transformar o amor pela música em profissão, incentivado pela mãe.

Para a ceramista e artista plástica Andreia Akemi, 48, a sensibilidade artística levou mais tempo para maturar e se consolidar no formato físico. Sócia-fundadora do ateliê Que Tal Cerâmica, ela passou antes por sete anos como professora de dança e atuou como fotógrafa de alimentos. "Parece distante, mas tudo se conecta. A dança me ensinou a observar o corpo e o movimento, e a fotografia me deu um olhar sobre a luz, as texturas e a composição. Quando cheguei ao barro, senti que era onde essas vivências fi-

nalmente faziam sentido", explica.

Afastando-se da busca pela perfeição técnica, Andreia se baseia no aspecto sensorial e na paciência necessária para moldar a argila, entendendo que o longo processo de refazer e ajustar é o que confere identidade à obra. "Muitas vezes, o erro é o nosso maior professor. Quando a peça finalmente dá certo, ela tem uma alma que o processo industrial nunca vai ter", avalia.

Equilibrar a liberdade da criação com as exigências do mercado financeiro exige que esses profissionais atuem como verdadeiras empresas individuais. No modelo de negócios estruturado por Cecília, a diversificação é a chave para manter o faturamento estável. "Brinco que fonte que pinga não seca. Trabalho desde publicidade até eventos presenciais com meus produtos, também vendidos no site. Toco encomendas de ilustrações e freelas", detalha.

Além disso, o financiamento coletivo anual pelo Catarse tornou-se parte do planejamento de

sua equipe de três pessoas. Mobilizando uma comunidade de 1.400 apoiadores, ela viabiliza tiragens de até 2 mil exemplares com total autonomia comercial. "Ficamos com todo o lucro e temos liberdade para fazer o marketing que quisermos, o que gera mais credibilidade", afirma.

Na dinâmica de Rodrigo, a sobrevivência financeira exige o dobramento em múltiplas jornadas. Servidor público aprovado em concurso há três anos, ele cumpre uma carga de 40 horas semanais lecionando na Escola de Música de Brasília (EMB), dividindo o tempo restante entre apresentações na noite e projetos no estúdio montado em casa. A rotina atribulada expõe uma realidade comum na categoria.

"O músico sustenta o artista. Adoraria que isso se invertesse um dia. Eu vivo de música, enquanto professor, mas o meu sonho era viver da minha música, e isso nunca chegou nem perto de acontecer", desabafa. Para ele, o grande gargalo do mercado independente não é a gravação, que se tornou mais barata e acessível, mas, sim, os custos de distribuição, assessoria de imprensa e o acesso aos programadores de grandes festivais.

No universo da cerâmica artística, a monetização também se apoia em pilares complementares. Andreia explica que o maior volume de lucro do ateliê provém das aulas ministradas, seguidas por encomendas diretas e vendas de peças em feiras locais, fundamentais para a divulgação da marca e consolidação do networking. Ainda assim, ela ressalta que o cálculo de preço vai muito além do custo visível.

"Precificar cerâmica é um desafio, porque a gente não vende só um objeto; vende todo um tempo de vida dedicado a ele. Coloco tudo: a matéria-prima, a energia do forno, o aluguel, mas principalmente, as horas que passo na bancada", enumera. A artista pontua que o fazer manual ainda carrega o estigma social de ser visto como mero passatempo. "Não foram poucas as vezes que me perguntaram se trabalho só com cerâmica, como se fosse pouco", lamenta.

Perspectivas

As dificuldades de se manter no mercado cultural sem ceder ao utilitarismo comercial esbarram na escassez de recursos privados e na consequente dependência de mecanismos de fomento público. Para os artistas que buscam a formalização, o Distrito Federal conta atualmente com 5.521 registros ativos no Cadastro de Entes e Agentes Culturais (CEAC). Segundo a Secretaria



A guitarra virou meu videogame. Meus amigos jogavam, mas eu nunca tive relação com isso. Minha vida sempre foi a guitarra"

Rodrigo Bezerra, músico e professor

de Cultura (SECEC-DF), o Fundo de Apoio à Cultura (FAC-DF) investiu nos últimos três anos aproximadamente R\$ 350 milhões em cerca de 2.500 projetos selecionados por meio de seus editais.

Não há, de acordo com a pasta, prerrogativas expressas para que o FAC invista na qualificação de artistas, mas, sim, em cotas específicas, como trabalhos de produtores e artistas iniciantes e projetos educativos. "Além disso, o Programa de Incentivo Fiscal, da Secretaria, também aporta recursos em diversos festivais que preveem rodadas de negócios e qualificação de profissionais da cadeia produtiva da cultura", informa a SECEC-DF.

Enquanto Andreia prepara a documentação do ateliê para ingressar no CEAC operando temporariamente como MEI, Rodrigo aponta os editais governamentais como a salvação do circuito independente. "Para um artista que não tem público garantido, o edital é importantíssimo, é o que põe a gente no jogo", destaca o músico.

Olhando para o futuro dessas profissões, a preocupação gira em torno do avanço tecnológico e da automação de processos. Tanto Cecília quanto Rodrigo enxergam a rápida expansão das ferramentas de inteligência artificial como um divisor de águas que deve extinguir mercados intermediários, como o design de jogos amadores e os estúdios de mixagem de pequeno porte. Diante de um cenário digital saturado e hiperveloz, ambos apostam em uma mudança de comportamento do público consumidor.

"Acredito que o trabalho autoral e a criatividade tendem a ser cada vez mais valorizados, porque as pessoas se cansam dessa estética de IA", projeta Cecília. Andreia endossa a perspectiva de retomada do fator humano como diferencial de mercado. "Diante dessa era massificada, as pessoas estão sentindo falta de conexão no dia a dia. O objeto feito à mão tem ganhado força. O imperfeito, autêntico e único passará a ser valorizado", destaca a ceramista.